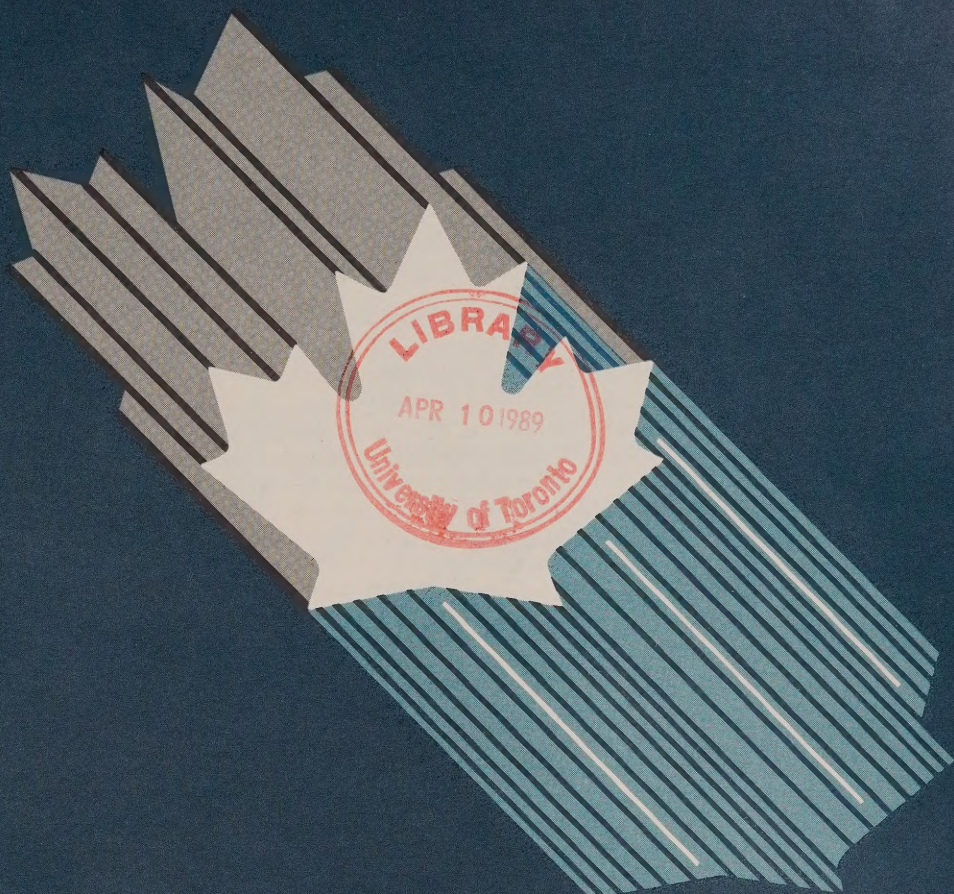


CAI
ISTI
- 1988
F71

I N D U S T R Y P R O F I L E

3 1761 11764806 3



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

Fur Apparel

Canada

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 495-4782

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

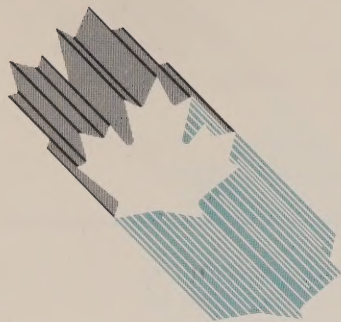
Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this
profile contact:*

*Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and
Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5*

Tel: (613) 995-5771



INDUSTRY PROFILE FUR APPAREL

1988

FOREWORD

.....

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.

Minister

1. Structure and Performance

Structure

Currently, the fur industry comprises approximately 215 establishments engaged in converting dressed and dyed skins into apparel such as coats, hats, jackets, stoles, etc. It employs an estimated 3000 people and had shipments worth about \$418 million in 1987. It consists largely of small establishments, nearly 70 percent of which have less than \$1 million in annual sales.

The industry is entirely Canadian-controlled and all firms are family-owned. There are few opportunities for mechanization since production operations are characterized by their small scale, labour intensity and high skill requirements. However, production is becoming increasingly concentrated among the larger firms (there were 327 establishments in 1979). Approximately 20 percent of the establishments engaged in the marketing of fur garments now account for about 60 percent of the industry's dollar output.

Historically, Montréal and Toronto have been the major production centres because of their labour supply and geographic proximity to main Canadian and American markets. They account for 71 percent and 22 percent of the industry's total employment respectively.

The production cycle consists of the purchase of furs, dyeing and dressing, matching, cutting, sewing and finishing. Most of the industry's fur skin supplies are bought by producers at auctions. Some companies, however, acquire their raw furs from dealers who, in effect, indirectly finance a firm's purchases. Fur skins originate primarily from the United States, Canada and Europe. An estimated 40 percent of the furs used in apparel is imported.

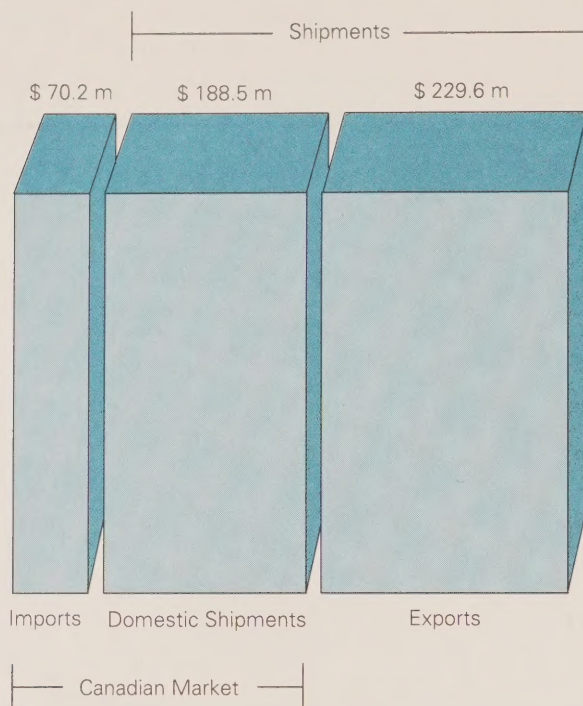
The dyeing and dressing are performed by specialized companies. The garments are then either assembled by the producer or contracted to other firms who only cut and/or sew and trim. The contracting segment of the industry — which is an integral part of the production process — currently accounts for about half of the establishments and nearly 40 percent of the employment and value of production.

There is extensive manufacturing and retailing integration. An estimated 35 percent of the establishments either have their own retail outlets or sell directly from their own facilities.

The industry's major customers, both at home and abroad, are specialty fur stores and large chain stores, which absorb an estimated 60 percent and 25 percent of the industry's shipments respectively. Since the former tend to be largely small retailers, most manufacturers usually service a broad customer base.

An estimated 60 to 65 percent of production is concentrated in the medium-to-higher end of the fashion market.

The industry is financially healthy, with relatively high after-tax profits on sales, high return on investment and minimal long-term debt.



*Imports, Exports and Domestic Shipments
1987*

Performance

Since the early 1970s, the industry has been operating in a relatively buoyant and expanding market. Much of the impetus for the industry's growth has been a function of an expanding consumer base both in North America and abroad, due in large part to the greater participation of women in the work force. Also, fur apparel has entered the mainstream of fashion, a development which has also stimulated increased demand.

Between 1973 and 1987 industry shipments (in current dollars) increased by \$316 million, for an annual average growth of nearly 11 percent. The 1984-86 period was one of particularly high growth — shipments rose by 40 percent, accounting for 35 percent of the increase that occurred during the 1973-87 period.

In 1987, however, market growth levelled off, with shipments increasing by an estimated seven percent. As a result, the sales of many companies have increased only marginally. This trend continued in 1988 primarily due to a mild winter and more cautious buying by retailers.

With the exception of 1977, 1980 and 1982, shipments have increased in each successive year, ranging from a high of 23.8 percent in 1978 to a low of 1.5 percent in 1983.

This growth since 1973 was largely attributable to intensified export activity, which accounted for more than 60 percent. The increase in value of shipments was also because manufacturers upgraded the quality and styling of their lines, enabling them to move to higher price points as well as operating at greater capacity.

When downturns occurred, they usually related to short and mild winters, such as the one in 1987-88; recessions, such as that of 1982; and sudden surges in prices, due mainly to price increases of raw skin materials.

The fur industry is highly export-oriented, with exports accounting for more than 50 percent of total output. The major market is the United States, which accounts for nearly 80 percent of Canadian fur apparel exports and, in 1987, absorbed \$179 million worth of Canadian furs. Other markets are western Europe, where Canada accounted for 3.6 percent of fur apparel imports, and Japan, which imports from Canada 11 percent of the furs that it sources from developed countries.

Until the early 1980s, western Europe had been the domestic industry's major export market. However, between 1981 and 1985 the share of Canadian exports to this region declined steadily, due to the emergence of a vocal "anti-fur" movement; unfavourable exchange rates; increased competitive pressures from Hong Kong and the Republic of Korea; and an increased focus by the Canadian industry on the U.S. market.

Beginning in 1985, exports to western Europe began to climb again, slowly but gradually, increasing by \$12.4 million — or 47 percent — in 1987 (to reach a total of \$39 million). In 1987, growth in exports to Europe exceeded the increase to the United States.

Despite some initial gains, the industry has not been very successful in penetrating the Japanese market — the world's third largest. The major impediments include different sizing, high selling expenses, high tariffs, and the intense competition from other countries, principally the Republic of Korea, Hong Kong, the United States and the Federal Republic of Germany (F.R.G.). The latter two countries are generally the Canadian industry's major competitors in this market.

Since 1982, Canadian imports have been growing rapidly, largely because of a growing fur manufacturing base in several of the low-cost countries — particularly the Republic of Korea and Hong Kong — and the intensified importing activity of a number of large manufacturers to diversify or complement their existing product lines. It is estimated that the manufacturers themselves currently account for 60 to 65 percent of imports.

Although imports have increased their market share from seven percent in 1982 to 27 percent in 1987, imports have not had a significant impact on domestic production. The imports have been concentrated in the lower end of the market, which is being vacated by domestic producers. Nevertheless, imports are becoming a concern as low-cost suppliers gradually upgrade their product quality.

There has been only minimal investment in plant modernization or new equipment in the Canadian industry. Most of the existing facilities and equipment — much of which is aging — still remain serviceable and adequate. Generally, there has not been any incentive for the industry to invest in technology, largely because there have been no significant advances in this field. Although fur apparel production has a high labour content, labour costs represent only 15 percent of production costs. The costs of material inputs, however, are high.

2. Strengths and Weaknesses

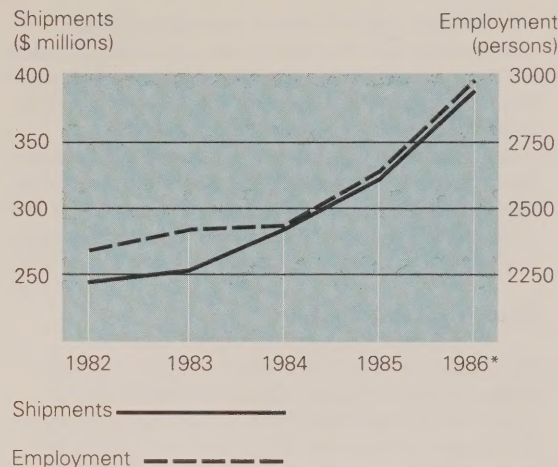
Structural Factors

Over the years, the Canadian industry has earned a reputation for its product variety, quality and styling, management acumen and aggressive marketing. While Canada has historically been noted for its fur garments, fur manufacturers have invested considerable money, effort and time to promote international awareness of their unique styles and high-quality products. Generally, designer names can have an intrinsic value in providing manufacturers with an added competitive edge in the marketplace. Many manufacturers have in-house stylists or designers and actively promote designer names. Today, the industry appears to be well entrenched in the medium-to-upper end of the world's fashion market, which is generally considered to be profitable, stable and less sensitive to price fluctuations.

The industry has excellent export marketing know-how and experience. It also has the advantages of effective marketing strategies and structured organizations, high visibility, and excellent promotional literature in *Canada Fur Industry Guide*. There is also a well-established and world-famous trade show in Canada which has provided the industry with an ideal vehicle to exhibit its products.

Behind the industry's success is its flexibility in responding rapidly to fashion changes and its ability to capitalize on new market opportunities and be price competitive. As well, many companies are considered leaders in fashion innovation.

The industry also has the financial resources and capability to expand its markets. As export initiatives are usually extremely costly, considerable financial resources are required to sustain momentum in the development of global markets.



Total Shipments and Employment

*ISTC estimate

Although the majority of the companies are financially sound, a growing number are beginning to experience difficulty in maintaining their profit position. A decline in the rate of growth of demand has resulted in intensified competition and led to a price-cost squeeze.


The industry is labour intensive and depends on a ready supply of skilled workers. Historically, companies developed this supply through on-the-job, in-house training. While labour training costs have risen, there has been a recent decrease in labour demand because some manufacturers have downsized their production operations and shifted to importing.

Canadian manufacturers rely largely on domestic dressers and dyers to service most of their needs. However, the lack of Canadian capability in certain processes and specialized techniques requires that these operations be performed in the United States or Europe.

However, Canadian firms have lower labour costs than European or U.S. companies, and thus enjoy some competitive advantage. On the other hand, Canadian furriers' wage costs are considerably higher than in Hong Kong and the Republic of Korea.

To a large extent, successful exporting depends on foreign exchange rates. Until 1988, the weak Canadian dollar was a major impetus for Canadian export to the United States. However, the recent strengthening of the Canadian dollar has contributed to a levelling off of the export growth rate to the United States.

Conversely, the industry's European prospects have been considerably enhanced because of the favourable Canadian exchange rate situation with most of Europe.



Overall, the industry is considered largely competitive with European and American producers in terms of styling, quality and diversity — three of the major determinants of demand — which has helped neutralize any cost disadvantages.

Since fur garment manufacturing worldwide tends to be a small-scale operation (that is, each garment is produced individually and usually in limited quantities), company size is not normally a major factor in providing firms with a competitive edge.

Trade-related Factors

In general, customs tariffs on Canadian fur apparel are not considered to be significant impediments to trade. Canadian furs entering the principal markets of the United States and European Community (E.C.) encounter rates of duty of 5.8 percent and six percent respectively. In Japan, where the rate is set, on average, at 20 percent, half-a-dozen Canadian companies have been able to penetrate this important market successfully. Canada's relatively low tariff rate of 12.3 percent on most fur apparel items is not considered an impediment to entry.

Since all customs tariffs relating to fur products between Canada and the United States are to be lifted on January 1, 1989, under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), there will likely be an incentive for more companies to export and for established exporters to expand their export volume further. Furs are exempt from the special rules of origin for textiles and apparel, so this will not inhibit trade in fur garments with the United States.

The only significant global obstacle limiting trade opportunities is the labelling regulations being proposed by European parliament. This would require that fur products bear labels advising consumers that the animals may have been caught in leg-hold traps. Restrictions also exist on the Canadian export of garments made of skins of certain endangered species.

Technological Factors

Since the production of fur garments in Canada tends to be a small-scale and highly specialized operation with a broad and diversified product mix, there are limited opportunities for mechanization. With the exception of advances being made to simplify sewing, technology continues to be relatively basic and unsophisticated. Most of the technical improvements that have occurred have been largely in-house developments.

3. Evolving Environment

The recent past has witnessed an explosive rate of growth in world demand for fur garments but there is evidence that the markets of major industrial nations peaked in 1986-87 and have since levelled off. Over the medium term, only modest growth is projected. On the other hand, there has been a solid build-up of production capacity in many parts of the world, including several low-cost countries. As these countries are expected to continue increasing their involvement in fur garment production, improving their manufacturing know-how and upgrading their styling capabilities, there will likely be a shift from a sellers' market to a buyers' market in the world fur trade.

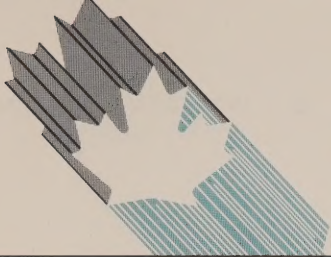
The United States will continue to be Canada's major market, but will likely diminish in importance as more emphasis is directed to European and Japanese markets. The FTA will make it easier to sell to the United States and encourage more Canadian manufacturers to explore the feasibility of penetrating that market. It should also encourage established exporting firms to intensify their efforts. However, as competition from U.S. and other foreign companies increases, Canadian companies will have to devote more of their resources to marketing.

Assuming that the more favourable exchange rate continues, it is anticipated that Canadian manufacturers will re-establish themselves in the European market. It is also projected that there will be greater opportunities in Japan for a few selected manufacturers with the resources, products and appropriate designer identification.

Over the next few years, the companies with the highest growth potential are those that will be active in "global" marketing. The Canadian market is not expected to grow appreciably, so firms which remain domestically oriented will probably experience only relatively modest growth, and be vulnerable to dislocation from both imports and other Canadian competitors.

While technological innovations which will revolutionize the manufacturing process are unlikely, there will probably be some modest advances due to the introduction of computers in production activities such as computer-aided design and matching, and some mechanization in sewing. However, these developments are not expected to increase productivity significantly in the foreseeable future.

If current trends continue, there will be more extensive importing by manufacturers to diversify their product base and increase their profitability.



4. Competitiveness Assessment

Overall, the Canadian industry has the image, resources, capacity, experience and products to maintain its world market position. Over the years, through extensive promotion and marketing, the industry has firmly established itself in the medium-to-higher end of the market. It may be susceptible to greater competitive pressures in the future. However, its demonstrated ability to be innovative and adaptable to world trends in fashion, to be price competitive and to capitalize on emerging market opportunities, will ensure that Canadian producers will remain a major force in the world market.

The industry will also benefit from a more liberalized trading environment with the United States. Prospects in Europe should also improve, due to a favourable exchange rate and the initiatives by the industry to counteract the adverse animal rights publicity. The well-established annual Montréal Fur Fair will continue to promote Canadian fur companies internationally.

Equally important is the fact that Canadian furriers are prepared to devote more resources to develop unexploited potential markets such as the F.R.G., Sweden, Italy and Japan.

The industry will benefit from the FTA as it will likely enable producers to maintain their market position in the United States where, in 1987 and 1988, the growth rates started to level off. With the agreement, the prospects of sustaining the growth achieved between 1982 and 1986 are considerably enhanced.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer
Goods Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Fur Apparel
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-2884

PRINCIPAL STATISTICS

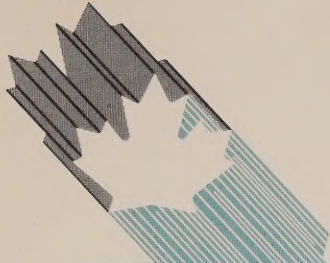
SIC(s) COVERED: 2495 (1980)

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|--------------------|
| Establishments | 338 | N/A | 266 | 272 | 243 | N/A | 215 ^e |
| Employment | 2 525 | 2 333 | 2 423 | 2 437 | 2 640 | 2 989 ^e | N/A |
| Shipments (\$ millions) | 101.7 | 247.2 | 251.0 | 280.2 | 321.7 | 390.4 ^e | 418.1 ^e |
| Profits after tax (\$ millions) | 2.4 | 6.6 | 8.7 | 13.2 | N/A | N/A | N/A |
| (% of sales) | 2.4 | 2.7 | 3.5 | 4.7 | N/A | N/A | N/A |

TRADE STATISTICS

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 |
|--|------|-------|-------|-----------------|-------|--------|-------|
| Exports (\$ millions) | 29.7 | 111.6 | 99.3 | 141.0 | 160.0 | 207.7 | 229.6 |
| Domestic shipments (\$ millions) | 72.0 | 135.6 | 151.7 | 139.2 | 161.7 | 182.7 | 188.5 |
| Imports (\$ millions) | 1.9 | 9.7 | 12.2 | 19.9 | 26.3 | 41.6 | 70.2 |
| Canadian market (\$ millions) | 73.9 | 145.3 | 163.9 | 159.1 | 188.0 | 224.3 | 258.7 |
| Exports as % of shipments | 29 | 45 | 40 | 50 | 50 | 53 | 54 |
| Imports as % of Canadian market | 3 | 7 | 7 | 13 | 14 | 18 | 27 |
| Source of imports (% of total value) | | | U.S. | Western Europe* | Asia | Others | |
| | | 1982 | 14 | 18 (14) | 63 | 5 | |
| | | 1983 | 20 | 16 (11) | 63 | 2 | |
| | | 1984 | 9 | 27 (21) | 62 | 2 | |
| | | 1985 | 11 | 32 (28) | 56 | 2 | |
| | | 1986 | 6 | 34 (31) | 59 | 1 | |
| | | 1987 | 4 | 26 (25) | 69 | 1 | |
| Destination of exports (% of total value) | | | U.S. | Western Europe* | Japan | Others | |
| | | 1982 | 41 | 48 (27) | 9 | 2 | |
| | | 1983 | 59 | 31 (19) | 8 | 2 | |
| | | 1984 | 76 | 16 (8) | 6 | 2 | |
| | | 1985 | 83 | 11 (5) | 3 | 2 | |
| | | 1986 | 82 | 13 (7) | 4 | 1 | |
| | | 1987 | 78 | 17 (9) | 4 | 1 | |

(continued)



REGIONAL DISTRIBUTION — Average over 4 years (1982-85)

| | Atlantic | Quebec | Ontario | Prairies | B.C. |
|-----------------------------|----------|--------|---------|----------|------|
| Establishments — % of total | 1 | 67 | 28 | 2 | 2 |
| Employment — % of total | X | 70 | 23 | X | X |
| Shipments — % of total | X | 79 | 18 | X | X |

MAJOR FIRMS

| Name | Ownership | Location of Major Plants |
|--------------------------|-----------|--------------------------|
| D.H. Grosvenor Inc. | Canadian | Montréal, Quebec |
| Amsel & Amsel 1962 Inc. | Canadian | Montréal, Quebec |
| Yarrow Fur Inc. | Canadian | Montréal, Quebec |
| Natural Furs Canada Inc. | Canadian | Montréal, Quebec |
| Einhorn W. Furs Limited | Canadian | Toronto, Ontario |

e ISTC estimate

X Confidential

* Includes the United Kingdom, Ireland, Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, the Federal Republic of Germany, Greece, Iceland, Luxembourg, Italy, the Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland.

() European Community (E.C.) portion

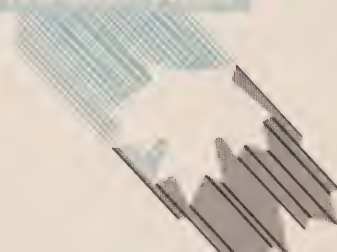
N/A Not available

Note: Statistics Canada data have been used in preparing this profile.



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117648063>



REPARTITION REGIONALE — (Moyenne de 4 années / 1980-1983)

| | Atlantique | Québec | Ontario | Prairies | C.-B. |
|-----------------------|------------|--------|---------|----------|-------|
| Etablissements (en %) | 1 | 67 | 28 | 2 | 2 |
| Emplois (en %) | x | 70 | 23 | x | x |
| Expéditions (en %) | x | 79 | 18 | x | x |

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

| Nom | Propriété | Emplacement |
|---|------------|-------------------|
| D.H. Grosvenor Inc. | canadienne | Montréal (Québec) |
| Amsel & Amsel 1962 Inc. | canadienne | Montréal (Québec) |
| Yarrow Fur Inc. | canadienne | Montréal (Québec) |
| Les fourrures naturelles du Canada Inc. | canadienne | Montréal (Québec) |
| Einhorn W. Furs Limited | canadienne | Toronto (Ontario) |

e Estimations d'ISTC.

x Données confidentielles.

* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.

** Grande-Bretagne, Irlande, Autriche, Belgique, Danemark, France, République fédérale d'Allemagne, Grèce, Islande, Luxembourg, Italie, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Espagne, Suède, Suisse.

() Part des pays de la CEE.

Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.

CTI 2495 (1980)

PRINCIPALES STATISTIQUES

| | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|
| 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 |
| Etablissements | 338 | n.d. | 266 | 272 | 243 | n.d. |
| Emplois | 2 525 | 2 333 | 2 423 | 2 437 | 2 640 | 2 989 ^e |
| Expéditions* | 101,7 | 247,2 | 251,0 | 280,2 | 321,7 | 390,4 ^e |
| Bénéfices après impôts* (en % des ventes) | 2,4 | 6,6 | 8,7 | 13,2 | n.d. | n.d. |
| | 2,4 | 2,7 | 3,5 | 4,7 | n.d. | n.d. |

STATISTIQUES COMMERCE

| | | | | | | |
|--|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 |
| Exportations* | 29,7 | 111,6 | 99,3 | 141,0 | 160,0 | 207,7 |
| Expéditions intérieures* | 72,0 | 135,6 | 151,7 | 139,2 | 161,7 | 182,7 |
| Importations* | 1,9 | 9,7 | 12,2 | 19,9 | 26,3 | 41,6 |
| Marché intérieur* | 73,9 | 145,3 | 163,9 | 159,1 | 188,0 | 224,3 |
| Exportations (en % des expéditions) | 29 | 45 | 40 | 50 | 50 | 54 |
| Importations (en % du marché intérieur) | 3 | 7 | 7 | 13 | 14 | 18 |
| | 27 | | | | | |

| Source des importations (en %) | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------|---------|--------|---|--|--|
| E.-U. | de l'Ouest* | Asie | Autres | | | |
| 1982 | 14 | 18 (14) | 63 | 5 | | |
| 1983 | 20 | 16 (11) | 63 | 2 | | |
| 1984 | 9 | 27 (21) | 62 | 2 | | |
| 1985 | 11 | 32 (28) | 56 | 2 | | |
| 1986 | 6 | 34 (31) | 59 | 1 | | |
| 1987 | 4 | 26 (25) | 69 | 1 | | |

| Destination des exportations (en %) | | | | | | |
|--|-------------|---------|--------|---|--|--|
| E.-U. | de l'Ouest* | Japon | Autres | | | |
| 1982 | 41 | 48 (27) | 9 | 2 | | |
| 1983 | 59 | 31 (19) | 8 | 2 | | |
| 1984 | 76 | 16 (8) | 6 | 2 | | |
| 1985 | 83 | 11 (5) | 3 | 2 | | |
| 1986 | 82 | 13 (7) | 4 | 1 | | |
| 1987 | 78 | 17 (9) | 4 | 1 | | |

Par ailleurs, les fournisseurs canadiens sont prêts à consacrer plus de ressources au développement de marchés inexploités comme la République fédérale d'Allemagne, la Suède, l'Italie et le Japon. L'Accord devrait profiter à cette industrie, car il lui permettra de conserver sa part du marché américain où, en 1987 et en 1988, son taux de croissance a commencé à se stabiliser. Grâce à l'Accord, cette industrie a beaucoup plus de chances de retrouver les niveaux de croissance qu'elle a connus de 1982 à 1986.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services
et des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Vêtements de fourrure
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-2884

4. Évaluation de la compétitivité

Il est peu probable que les dernières innovations techniques révolutionnent ce secteur, cependant, certains progrès devraient survenir, résultant soit de l'informatisation des activités, telle la conception assistée par ordinateur, soit de l'informatisation dans l'appariement ou de la mécanisation de la couture des peaux. Ces améliorations ne devraient toutefois pas augmenter sensiblement la productivité dans un avenir proche. Si la tendance actuelle se maintient, les fournisseurs importeront davantage pour élargir leur gamme de produits et accroître leur rentabilité.

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne de la fourrure a la réputation, les ressources, la capacité, la compétence et les produits nécessaires pour conserver sa position sur le marché international. Jusqu'ici, grâce à ses vigoureux efforts de promotion et de commercialisation, elle a réussi à s'ancrer solidement dans le domaine des produits de qualité moyenne et supérieure. Elle fera peut-être face à une concurrence plus vive au cours des prochaines années, mais elle a démontré qu'elle pouvait innover et s'adapter à l'évolution de la mode internationale, offrir des prix compétitifs et exploiter de nouveaux débouchés. Les fournisseurs canadiens devraient donc maintenir leur présence sur le marché international. En outre, cette industrie profitera de la libéralisation du commerce avec les États-Unis. En Europe de l'Ouest, ses débouchés devraient augmenter, grâce aux taux de change favorables et aux initiatives audacieuses qu'elle prendra pour contrer la mauvaise publicité faite par les mouvements de défense des droits des animaux. L'Exposition canadienne internationale de la fourrure de Montréal, manifestation annuelle bien établie, continuera de faire connaître les fournisseurs canadiens sur le marché international.

3. Évolution de l'environnement

Facteurs technologiques

Comme le secteur canadien de la fourrure se compose surtout de petites entreprises extrêmement spécialisées et offrant une vaste gamme de produits, les possibilités d'automatisation semblent limitées. À l'exception de certaines nouvelles méthodes qui simplifient les opérations de couture, la technologie employée demeure plutôt simple. La plupart des innovations techniques résultent des initiatives des fourrures eux-mêmes.

Ces dernières années, la demande mondiale de vêtements de fourrure a augmenté de façon spectaculaire, mais il semble que, sur les marchés des grands pays industrialisés, elle ait atteint un point culminant en 1986-1987 et qu'elle se soit stabilisée depuis. À moyen terme, elle devrait connaître une croissance modeste. Par contre, dans de nombreux pays, notamment ceux disposant d'une main-d'œuvre bon marché, la capacité de production s'est accrue. À mesure que ces pays augmentent leur production, leur compétence technique et leurs dessins de mode, l'actuel marché de vendeurs pourrait graduellement faire place à un marché d'acheteurs.

Les États-Unis resteront le principal marché du Canada, mais perdront de l'importance au profit de l'Europe de l'Ouest et du Japon. L'Accord de libre-échange facilitera les exportations vers les États-Unis et incitera un plus grand nombre de fourrures canadiens à pénétrer ce marché. En outre, il encouragera les sociétés exportatrices établies à accroître leurs initiatives. Toutefois, devant l'intensification de la concurrence venant des sociétés américaines et autres, les entreprises canadiennes devront consacrer plus de ressources à la commercialisation.

Si l'actuel taux de change favorable se maintient, les fourrures canadiens devraient reprendre pied sur le marché européen. En outre, quelques sociétés pourraient trouver des débouchés au Japon grâce à leurs ressources, à la qualité de leurs produits et à la notoriété de leurs griffes.

Au cours des prochaines années, ce sont les sociétés qui commercialiseront leurs produits à l'échelle mondiale qui se développeront le plus. Comme le marché canadien demeurera à peu près stable, les entreprises axées sur celui-ci ne connaîtront probablement qu'une croissance modeste et risqueront d'être éliminées tant par les importations que par leurs concurrentes canadiennes.

Sur les marchés d'exportation, leur succès dépend en grande partie des taux de change. Jusqu'en 1988, la faiblesse du dollar canadien a énormément profité aux exportations canadiennes de fourrures aux États-Unis. Toutefois, le raffermissement survenu récemment a entraîné une diminution du taux de croissance des exportations vers les États-Unis.

Inversement, le marché européen gagne actuellement en importance parce que le dollar canadien jouit d'un taux de change favorable par rapport à la plupart des devises européennes.

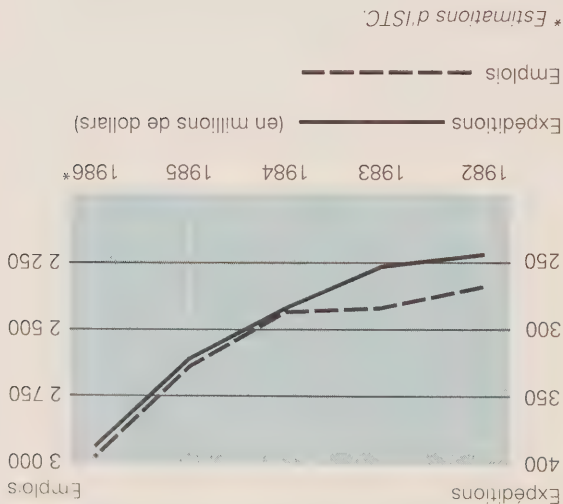
Par son style, la qualité et la diversité de ses produits, cette industrie canadienne livre une vive concurrence aux fourrures européennes et américaines. Ces 3 facteurs déterminants de la demande compensent tout désavantage au chapitre des coûts. Dans l'ensemble, les entreprises de fabrication de vêtements de fourrure sont de faible envergure, les vêtements étant confectionnés à la main séparément et souvent en très petites quantités; par conséquent, le calibre d'une entreprise n'est pas un facteur déterminant de sa compétitivité.

Facteurs liés au commerce

Les tarifs douaniers ne sont généralement pas considérés comme un important obstacle à l'exportation des fourrures canadiennes. Les principaux marchés, soit les États-Unis et la CEE, frappent les fourrures importées de tarifs de 5,8 et de 6 p. 100 respectivement. Quant au Japon, il impose un tarif moyen de 20 p. 100, mais une demi-douzaine de sociétés canadiennes a quand même réussi à pénétrer cet important marché. Le Canada frappe la plupart de ses propres importations d'un tarif relativement bas de 12,3 p. 100, ce qui ne semble pas constituer un obstacle.

En vertu de l'Accord de libre-échange, tous les tarifs touchant le commerce des fourrures entre le Canada et les États-Unis sont éliminés depuis le 1^{er} janvier 1989. Il est probable qu'un plus grand nombre d'entreprises chercheront à exporter aux États-Unis et que celles qui exportent déjà vers ce pays voudront y accroître leurs ventes. Comme les règles d'origine relatives au textile et au vêtement ne s'appliquent pas aux fourrures, aucun obstacle n'entravera le commerce de celles-ci avec les États-Unis.

Sur le plan international, le seul véritable obstacle au commerce des fourrures est la réglementation sur l'étiquetage proposée par le Parlement européen. Cette réglementation exigerait que les articles de fourrure portent une étiquette indiquant que les peaux proviennent peut-être d'animaux pris au moyen de pièges à machoire. En outre, certaines dispositions limitent les exportations canadiennes de vêtements confectionnés à partir de peaux d'espèces en voie d'extinction.



Cette industrie dispose des ressources financières et des moyens nécessaires pour élargir ses marchés. Comme les initiatives d'exportation coûtent habituellement très cher, il faut des ressources financières considérables pour maintenir une présence sur les marchés mondiaux.

Les entreprises de ce secteur jouissent pour la plupart d'une situation financière saine, mais un nombre croissant d'entre elles ont de la difficulté à conserver leur rentabilité. Par suite d'une diminution du taux de croissance de la demande, la concurrence est de plus en plus vive et les prix stagnent, alors que les coûts de production continuent d'augmenter.

L'industrie des vêtements de fourrure est travaillistique et doit donc disposer d'une importante réserve de main-d'œuvre qualifiée. Jusqu'ici, les entreprises ont toujours fourni elles-mêmes à leur personnel une formation en cours d'emploi. Les coûts de cette formation ont augmenté, mais la demande de main-d'œuvre a récemment diminué, car certains fourrurs ont réduit leurs activités de production et accru leurs importations.

Les fourrurs canadiens confient la plus grande partie des opérations d'apprêt et de teinture des peaux à des entreprises canadiennes. Cependant, pour certains procédés spéciaux, ils doivent faire appel à des entreprises américaines ou européennes.

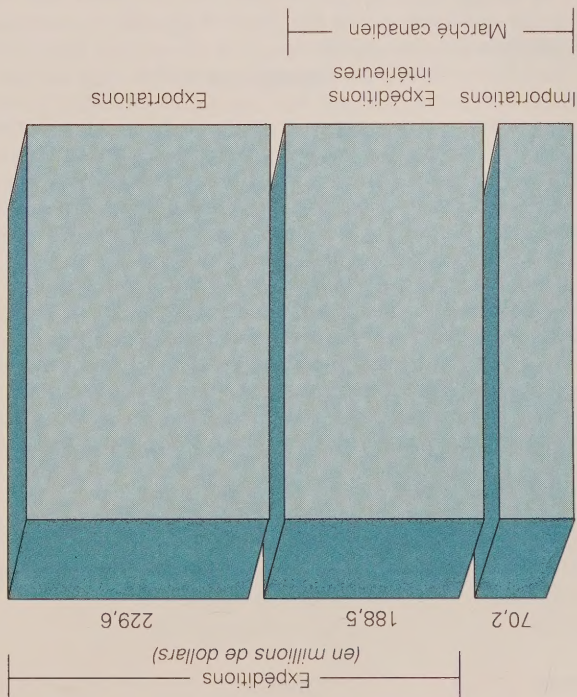
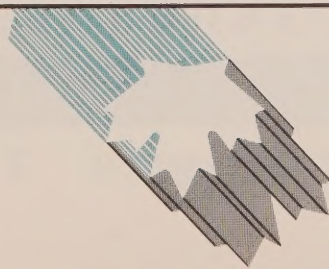
Les entreprises canadiennes ont toutefois des coûts de main-d'œuvre inférieurs à ceux de leurs concurrentes européennes ou américaines, ce qui leur procure un certain avantage concurrentiel. Par contre, elles versent des salaires considérablement plus élevés que ceux en vigueur à Hong-Kong ou en Corée du Sud.

2. Forces et faiblesses

Bien qu'elles aient augmenté leur part du marché, qui est passée de 7 à 27 p. 100 de 1982 à 1987, les importations n'ont guère eu d'effet jusqu'ici sur la production canadienne. Celles-ci comprennent des produits bas de gamme, que les fourrurs canadiens délaissent, mais elles deviennent de plus en plus menaçantes à mesure que les fournisseurs disposant de main-d'œuvre bon marché améliorent la qualité de leurs produits. Jusqu'ici, les entreprises de ce secteur n'ont pas beaucoup investi pour moderniser leurs usines ou acquérir du matériel. La plupart des installations et des machines, souvent anciennes, demeurent toutefois utilisables et suffisantes. Si cette industrie n'a pas été portée à investir dans la technologie, c'est en grande partie parce qu'aucun progrès important n'a été accompli à ce chapitre. La fabrication de vêtements de fourrure exige beaucoup de main-d'œuvre, mais celle-ci ne représente que 15 p. 100 des coûts de production. Ce sont les matières premières qui coûtent cher.

Facteurs structurels

Le secteur canadien des vêtements de fourrure est renommé pour la variété, la qualité et le style, de même que pour sa compétence en gestion et en commercialisation. Bien que les vêtements de fourrure canadiens aient toujours été réputés dans le monde entier, les fourrurs canadiens ont investi temps, argent et idées pour mettre en évidence le style et la qualité uniques de leurs produits sur le marché international. Ces fourrurs, dont les produits sont griffés, disposent généralement d'un avantage concurrentiel. Bon nombre d'entre eux ont leurs propres stylistes ou leurs dessinateurs et s'emploient à promouvoir leur nom. Cette industrie canadienne est actuellement bien implantée dans les segments moyen et supérieur du marché mondial de la mode, segments les plus lucratifs, les plus stables et les moins sensibles aux variations de prix. Cette industrie utilise d'excellentes méthodes de commercialisation à l'étranger. Elle dispose de plans d'action très agressifs et d'organisations solides; elle publie également un excellent document de promotion, à savoir le *Guide de l'industrie de la fourrure*. En outre, elle peut compter sur un salon de renommée internationale tenu au Canada pour promouvoir ses produits. Cette industrie doit son succès à sa facilité d'adaptation, à l'évolution de la mode, à son flair pour exploiter les nouveaux débouchés et maintenir la compétitivité de ses prix. Ajoutons qu'un grand nombre de sociétés canadiennes donnent le ton dans le domaine de la mode.



1987 - Imports, exports et expéditions
intérieures.

Rendement

Depuis le début des années 70, le marché des vêtements de fourrure connaît une croissance vigoureuse, due en partie à l'augmentation de la clientèle, tant en Amérique du Nord qu'à l'étranger, augmentation résultant de l'entrée des femmes sur le marché du travail et du succès croissant des vêtements de fourrure.

De 1973 à 1987, les expéditions ont progressé de 316 millions de dollars (en dollars courants), pour un taux moyen de croissance annuel d'environ 11 p. 100. De 1984 à 1986, cette croissance a été particulièrement marquée, les expéditions ayant augmenté de 40 p. 100, accroissement qui représente à lui seul 35 p. 100 de la hausse totale observée de 1973 à 1987.

En 1987, toutefois, la croissance s'est stabilisée, les expéditions n'ayant progressé que d'environ 7 p. 100 et de nombreuses entreprises n'ayant que légèrement augmenté leurs ventes. Cette tendance s'est maintenue en 1988, en raison de la douceur de l'hiver et du fait que les détaillants ont été plus prudents dans leurs achats.

Sauf en 1977, en 1980 et en 1982, les expéditions ont augmenté chaque année à un taux variant de 1,5 p. 100 en 1983 à 23,8 p. 100 en 1978.

Une grande proportion, soit 60 p. 100, de la croissance observée depuis 1973 découle de la hausse des exportations. De plus, l'augmentation de la valeur des expéditions résulte d'une amélioration de la qualité et de la conception du dessin, ce qui a permis aux fournisseurs de demander des prix plus élevés et d'utiliser une plus grande partie de leur capacité de production.

Quant aux ralentissements observés à quelques reprises, ils résultaient soit d'un hiver court et doux comme celui de 1987-1988, soit d'une période de récession comme celle de 1982, soit d'une hausse soudaine des prix, généralement attribuable à une augmentation du prix des peaux.

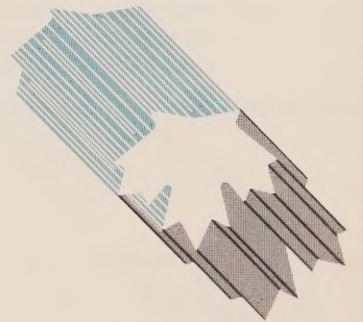
Cette industrie canadienne est axée sur l'exportation, vendant à l'étranger plus de la moitié de sa production. Les États-Unis absorbent près de 80 p. 100 des exportations canadiennes soit, en 1987, 179 millions de dollars. Les autres clients sont l'Europe de l'Ouest, qui importe du Canada 3,6 p. 100 des vêtements de fourrure, et le Japon, qui en importe 11 p. 100. Sur ce dernier marché, les principaux concurrents du Canada sont les États-Unis et l'Europe de l'Ouest.

Jusqu'au début des années 80, l'Europe de l'Ouest était le principal marché d'exportation. De 1981 à 1985, la part canadienne du marché européen détenue par le Canada a baissé régulièrement, en raison de l'influence croissante des mouvements « anti-fourrure », des taux de change défavorables, de l'intensification de la concurrence livrée par Hong-Kong et la Corée du Sud ainsi que de l'importance accordée par cette industrie au marché américain.

A partir de 1985, les exportations vers l'Europe de l'Ouest ont recommencé à augmenter, lentement mais sûrement. En 1987, elles ont cru de 12,4 millions de dollars pour atteindre 39 millions, soit une hausse de 47 p. 100 supérieure à celle observée pour les exportations vers les États-Unis.

Bien qu'elle y ait connu d'abord un certain succès, cette industrie canadienne n'est guère parvenue à pénétrer le marché japonais, le 3^e au monde. Cette situation est due surtout au système différent de mensuration, aux frais de vente et aux tarifs élevés, de même qu'à la vive concurrence livrée par les États-Unis et la République fédérale d'Allemagne, ainsi que par Hong-Kong et la Corée du Sud.

Depuis 1982, les importations canadiennes s'accroissent rapidement. Cette évolution pourrait ainsi s'expliquer : plusieurs pays disposant de main-d'œuvre bon marché, surtout la Corée du Sud et Hong-Kong, se sont lancés dans la confection de vêtements de fourrure et, de ce fait, beaucoup de grands fabricants recourent de plus en plus aux importations pour compléter ou varier leurs gammes de produits. De 60 à 65 p. 100 des importations seraient attribuables aux fournisseurs.



AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

Robert LaFontaine

Ministre

Canada

1. Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de la fourrure regroupe les entreprises confectionnant des vêtements de fourrure, soit des manteaux, des vestes, des chapeaux, des étoles, etc., à partir de peaux apprêtées et teintées. En 1987, cette industrie se composait de 215 établissements — contre 327 en 1979 — qui employaient 3 000 personnes et expédiaient pour environ 418 millions de dollars de marchandises. Il s'agit surtout de petites entreprises, dont 70 p. 100 ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 1 million de dollars. Dans ce secteur, toutes les entreprises sont des affaires familiales et de propriété canadienne. C'est un secteur où il est difficile d'automatiser les activités, car les entreprises sont de faible envergure, le travail requis se fait surtout manuellement et exige des compétences très spécialisées. Quelques grandes entreprises assurent une part croissante de la production, en effet, 20 p. 100 des établissements assurent 60 p. 100 de l'ensemble. Depuis toujours, Montréal et Toronto ont été les 2 principaux centres de production, car ces villes disposent d'une abondante main-d'œuvre et sont situées à proximité des grands marchés canadiens et américains. Elles comptent respectivement pour 71 et 22 p. 100 de l'emploi dans ce secteur. La confection de vêtements de fourrure comprend les étapes suivantes : achat des fourrures, teinture, apprêt, appariement, coupe, couture et finition. La plupart des entreprises achètent leurs peaux aux enchères, mais certaines se les procurent auprès de courtiers qui financent ainsi indirectement leurs achats. Les peaux proviennent surtout des États-Unis, du Canada et d'Europe de l'Ouest, 40 p. 100 étant importés.

La teinture et l'apprêt sont faits par des entreprises spécialisées, le fourreur procède ensuite lui-même à l'assemblage des peaux ou le confie en sous-traitance à d'autres entreprises qui s'occupent de coupe ou de coupe et d'assemblage complet. Ces entreprises, dont l'activité fait partie intégrante du processus de confection, représentent environ la moitié des établissements ainsi que près de 40 p. 100 de l'emploi et de la valeur de la production. L'intégration des activités de confection et de vente est assez poussée. Environ 35 p. 100 des établissements exploitent leurs propres magasins ou vendent leurs produits directement depuis l'atelier.

Les principaux clients de ce secteur, au pays comme à l'étranger, sont les magasins spécialisés dans la vente des vêtements de fourrure et les grands magasins, qui absorbent respectivement 60 et 25 p. 100 des expéditions. Comme les magasins de fourrure achètent en petites quantités, la plupart des fourreurs doivent servir un grand nombre de clients.

Une grande partie de la production, de 60 à 65 p. 100, est orientée vers la confection de vêtements de prix moyens et supérieurs, soit du milieu au haut de la gamme.

Cette industrie jouit d'une bonne situation financière, comme en témoignent les bénéfices après impôts en général élevés, un très bon rendement des investissements et un faible endettement à long terme.

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Ile-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Ile-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

PU 3076

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4^e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21^e Rue est
6^e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105^e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 495-4782

Colombie-Britannique

Scotia Tower
9^e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

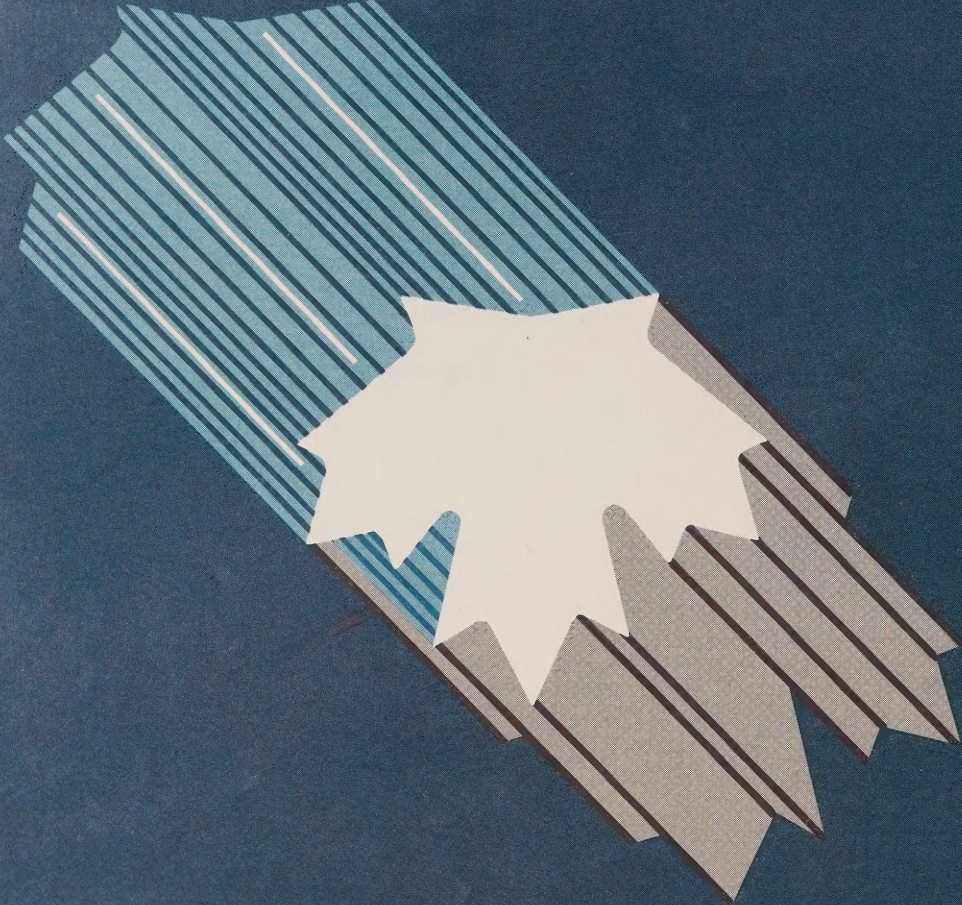
Pour obtenir des exemplaires
de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises
Direction générale des
communications
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

Vêtements de fourrure

Industrie, Sciences et
Technologie Canada



P R O F I L
D E L'INDUSTRIE